

# STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA UMKM PIGURA KALIGRAFI MEMASUKI PASAR EKSPOR

*by* Rina Fiati Zuliyati

---

**Submission date:** 21-Oct-2017 09:06AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 866377248

**File name:** 4\_7-13-1-SM.doc (514K)

**Word count:** 3409

**Character count:** 22099

## STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA UMKM PIGURA KALIGRAFI MEMASUKI PASAR EKSPOR

Rina Fiati<sup>1)</sup>, Zuliyati<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Teknik, <sup>2)</sup>Fakultas Ekonom, Universitas Muria Kudus  
email: <sup>1)</sup> rina.fiati@umk.ac.id, <sup>2)</sup> zuliyatiyati@yahoo.co.id

### Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengembangkan jaringan usaha, negosiasi, dan bisnis UMKM pigura kaligrafi sebagai strategi memasuki pasar ekspor. Masalah mendasar yang dihadapi oleh UMKM pigura kaligrafi dalam rangka pengembangan UMKM yang berdaya saing adalah yaitu lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga dan produk yang dihasilkan UMKM jumlahnya terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetif. Langkah strategis dan upaya dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar ekspor, pada UMKM pigura kaligrafi adalah membangun jaringan usaha ( *networking* ) dalam menghadapi ekonomi globalisasi melalui peningkatan dalam kerjasama diantara pelaku UMKM, perusahaan besar, serta aliansi dalam memperkuat jaringan untuk menghadapi persaingan globalisasi, termasuk dalam memenuhi pengadaan barang (jumlah pesanan), meningkatkan kualitas produk dan *quality control* yang lebih ketat, meningkatkan keuangan yang kompetitif dan inovasi yang lebih beragam. Diperlukannya dukungan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, instansi yang terkait dan pelaku usaha agar dapat memenangkan dalam persaingan pasar global. Jaringan bisnis dalam domain Teknologi Informasi akan mendukung UMKM dalam menjalankan bisnis UMKM dan akan berkembang lebih pesat karena memperluas jaringan. Luaran kegiatan ini adalah terciptanya jaringan usaha pada mitra pengabdian yaitu antara UMKM pengrajin pigura, pemerintah, perusahaan besar dan pemasaran global.

**Kata Kunci :** UMKM, *Networking*, Teknologi, Informasi, *Quaity control*, Ekspor

### A. PENDAHULUAN

Dalam persaingan usaha dan pembangunan ekonomi yang semakin global, mengundang keinginan seluruh negara untuk berusaha mengejar ketertinggalan. Dengan berbagai kelebihan dan kekurangan suatu bangsa telah berusaha membangun dengan menyesuaikan kemampuan dan asetnya masing-masing. Sumber daya manusia sangat memegang peran penting dalam pembangunan suatu bangsa. Bukan hanya ditingkat pendidikan tetapi pada faktor kedisiplinan, kreatifitas, kerja keras dll menjadi penentu daya tahan (*survival*) dan keberhasilan suatu bangsa dalam membangun ekonomi daerahnya. Ketika kreatifitas ikut andil dalam menentukan daya saing suatu bangsa, pengembangan ekonomi dan industri juga membutuhkan kreatifitas agar dapat menghasilkan produk-produk yang akan menjadikan bangsa Indonesia berdiri di depan (*leading*) bangsa-bangsa lain.

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan telah mengubah sistem kehidupan ekonomi masyarakat secara luas dalam berbagai sektor. Perubahan sistem tersebut terangsang oleh terciptanya produk-produk baru. Selain sistem ekonomi yang terus berubah, kreativitas ilmu pengetahuan dan inovasi teknologi juga telah merubah orientasi ekonomi menjadi ekonomi kreatif (*creative economy*). Menurut Howkins (2001), pada awal abad ke-21 telah memasuki era baru, yaitu era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Oleh sebab itu untuk meraih keunggulan di pasar, diperlukan wirausaha yang kreatif dan inovatif mengembangkan karakter produknya

termasuk didalamnya adalah pengembangan industri kreatif kerajinan. Rangka menghadapi Pasar ASEAN<sup>3</sup> banyak peluang bagi UMKM untuk mendapatkan peluang investasi dan pangsa pasar. Untuk memanfaatkan peluang tersebut, maka rintangan yang terbesar bagi UMKM di Indonesia adalah bagaimana mampu memilih strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Di era saat ini, kelompok ekspor produk UMKM Indonesia berasal dari industri seperti garmen, batik, furniture, perhiasan emas dan perak, makanan dan minuman, hasil pertanian, perkebunan serta produk kerajinan tangan termasuk didalamnya kerajinan kaligrafi. Bahan baku yang dipergunakan oleh UMKM adalah bahan baku lokal dan sisanya dari impor seperti kulit, plastik, dan beberapa zat kimia.

Beberapa risiko klasik yang banyak mengancam UMKM negara berkembang seperti Indonesia adalah permasalahan kurangnya pasokan bahan baku yang harus diimpor dari negara lain berkenaan dengan proses produksi. Disamping itu ketersediaan energy, permodalan, pemasaran barang, infrastruktur dan informasi juga merupakan permasalahan yang sering sekali muncul. Permasalahn non fisik juga sering muncul seperti tingginya inflasi, rendahnya kemampuan berinovasi, aturan perburuhan dan lain sebagainya. UMKM yang ada di negara ASEAN pada umumnya mempunyai permasalahan sama yang harus dihadapi dalam mengembangkan usahanya antara lain kendala regulasi pemerintah dan hukum, kualitas sumber daya, informasi pasar, perpajakan, keahlian dalam pemasaran dan kualitas SDM. Selain itu, sulitnya mengakses pin<sup>4</sup> man kredit merupakan kendala yang paling sering dihadapi.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah UMKM pengrajin pig<sup>4</sup>a kaligrafi UD Roza Jaya yang ada di Kabupaten Demak sebagai mitra pengabdian 1 dan Endah Pigura di Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah sebagai mitra 2, yang merupakan UMKM pengrajin pigura kaligrafi dimana produk tersebut sudah tersebar di seluruh nusantara bahkan mancanegara. Adapun tujuan kegiatan ini adalah mengembangkan jaringan usaha, negosiasi, dan bisnis UMKM pigura kaligrafi sebagai strategi memasuki pasar ekspor.

## **B. SUMBER INSPIRASI**

Kebutuhan pokok usaha kecil/menengah dalam pengembangan UMKM yang berdaya saing adalah :

- a. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar Usaha Kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga
- b. Terbatasnya jaringan usaha
- c. Kemampuan penetrasi pasar yang rendah

Produk yang dihasilkan UMKM jumlahnya terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

## **C. METODE**

Metode pelaksanaan yaitu mengimplementasi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi bagi Produk Ekspor ini bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pengrajin Pigura Kaligrafi sehingga meningkatkan produksi dan kualitas Pigura Kaligrafi melalui pemanfaatan Iptek. Implementasi Iptek yang akan dilakukan menawarkan beberapa solusi untuk memecahkan permasalahan dengan metode yang dilaksanakan dalam kegiatan adalah Pelatihan dan Bimbingan teknologi ( Bintek ) , pendampingan serta pemberian bantuan berupa sarana dan prasarana produksi yang tepat guna.



#### **D. KARYA UTAMA**

Beberapa karya utama dari kegiatan pengabdian ini adalah :

- a. Peningkatan kualitas produk pigura. Substitusi bahan utama pigura dari kayu dengan bahan fiber menjadikan pigura menjadi kuat dan tahan lama dengan motif pigura yang variatif. Pigura berbahan fiber tidak akan keropos dan berjamur, sehingga menjadikan pigura berbahan fiber lebih berkualitas dibanding kayu yang mudah keropos dan berjamur. Dari bahan kaligrafi terdapat peningkatan ketahanan dari bahan kuningan disubstitusi dengan bahan foil yang tidak bisa berkarat. Keunggulan foil ini adalah harga yang relatif murah, tidak berkarat dibandingkan dengan mutu kuningan yang saat ini sangat tidak bagus karena mudah berkarat dan mengeluarkan jamur. Berikut adalah contoh produk pigura yang berkualitas yang telah dihasilkan oleh mitra :



*Sumber : Dokumentasi Kelompok Pengrajin Pigura Demak dan Kudus*

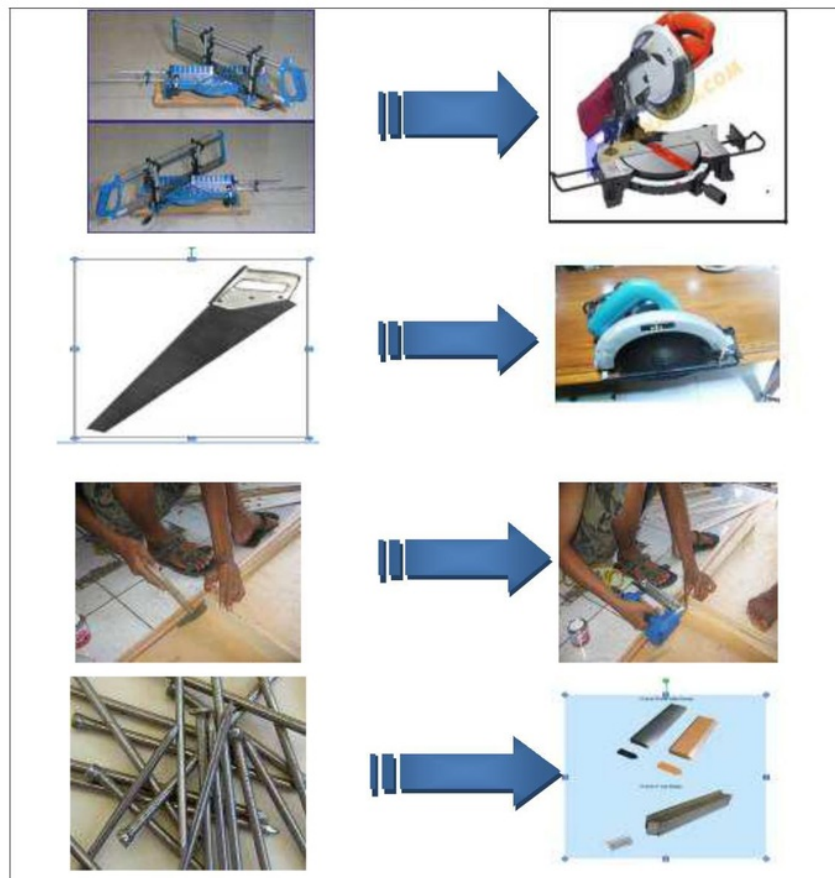
**Gambar. 1. Produk berkualitas**

- b. Proses Produksi yang efektif dan efisien

Bimbingan teknologi serta pendampingan usaha baik pada aspek produksi dan manajemen menjadikan proses produksi menjadi efektif dan efisien. Sebelum adanya kegiatan ini pada umumnya peralatan yang digunakan masih berbasis manual . berikut gambar peralatan berbasis mesin yang diperkenalkan sehingga sangat membantu dalam proses produksi. Selin itu tim juga memberikan beberapa bantuan mesin kusus untuk pemasangan paku sudut yang digunakan dalam pembuatan pigura. Gambar dibawah ini menggambarkan peralatan yang digunakan sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian ini serta dokumentasi serah terima pemberian bantuan peralatan produksi.



**Gambar 2.** Serah terima pemberian bantuan peralatan produksi



**Gambar 3.** Peralatan yang digunakan sebelum dan sesudah

## E. ULASAN KARYA

Peningkatan kualitas produk pigura serta proses produksi yang efektif dan efisien merupakan salah satu modal yang sangat penting dalam menghadapi pangsa pasar ekspor kerajinan. Untuk menciptakan hal tersebut diperlukan langkah - langkah strategis agar permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat teratasi melalui pembangunan jaringann usaha. Dalam rangka persiapan menghadapi pasar ekspor adalah melalui suatu proses yang berkembang dan sistematis, yaitu dengan PENGEMBANGAN JARINGAN PELAKU USAHA. Untuk upaya pencegahan kepada banyak masalah yang dihadapi maka jaringan pelaku usaha ini dapat digunakan oleh mitra dalam menghadapi ekonomi yang bertumbuh. Upaya ini dilakukan di era globalisasi untuk memperkuat daya tampung dan daya saing UMKM terutama dalam masalah menghadapinya.

Strategi pengembangan jaringan usaha tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### a. Membangun Jaringan Usaha ( *networking* )

Jaringan usaha dapat dijadikan solusi pada permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku bisnis terutama UMKM pigura kaligrafi untuk menghadapi ekonomi yang berkembang ini. Jaringan usaha adalah suatu proses membangun hubungan yang saling menguntungkan antara klien potensial dan pengusaha lain dan atau pelanggan. Usaha yang tepat dalam membangun jaringan usaha ialah membentuk hubungan yang saling menguntungkan. Guna dari membangun jaringan usaha ini adalah guna meningkatkan pendapatan usaha bagi para pelakunya. Kelompok jaringan bisnis merupakan sebuah wadah dalam pertukaran ide, informasi bisnis, dan dukungan. Ketrampilan mendengarkan merupakan yang paling utama dari jaringan bisnis yang efektif, yaitu bagaimana dapat membantu orang lain sebagai langkah membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Jaringan usaha yang telah dibentuk adalah menciptakan kerjasama dengan instansi terkait yaitu Dinas Perindustrian dan perdagangan , UMKM serta Koperasi Kabupaten Demak dan Kudus dalam rangka pembinaan dan pendampingan usaha Pengrajin Pigura yang berada di Kota Demak dan Kota Kudus.



**Gambar 4. Penandatanganan Kerjasama dengan Dinas terkait**

### b. Jenis Kerjasama Jaringan Usaha ( *Business Network* ) yang ditempuh :

Beberapa jenis kerjasama yang telah dilakukan oleh mitra adalah sebagai berikut:

#### 1) Kemitraan ( *partnership* )

Beberapa pola kerjasama hubungan kemitraan yang telah dilakukan mitra UMKM pigura kaligrafi mengacu pada UU No 20 tahun 2008, yaitu sebagai berikut:

- a) Sub-kontrak, yaitu pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar, dimana usaha kecil yang memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan





mitra sebagai bagian dari hasil produksinya. Dalam pengadaan kaligrafi kuningan dengan permintaan jumlah yang besar pengrajin belum mampu memenuhi semua kebutuhan dengan hasil produksi sendiri, sehingga membutuhkan produksi kaligrafi pengrajin yang lain dengan jumlah tertentu untuk memasok kebutuhan kaligrafi tersebut.

- b) Dagang umum, adalah hubungan kemitraan antara usaha menengah atau usaha besar, dimana usaha menengah atau usaha besar memasarkan hasil produksi usaha kecil atau usaha kecil memasok kebutuhan yang diperlukan usaha menengah atau besar. Pengrajin pigura yang tergabung dalam Kelompok pengrajin pigura bersepakat saling bekerjasama memasok kebutuhan bahan baku seperti berbagai macam bahan pigura, kaligrafi berbagai motif serta kebutuhan bahan penunjang seperti paku, kawat, cantolan, lem sesuai dengan persyaratan dan kualitas yang telah disepakati.
- c) Keagenan, adalah hubungan kemitraan yang didalamnya usaha kecil diberi hak khusus untuk memasarkan produk usaha menengah dan besar. Agen telah terbentuk yang tersebar hampir diseluruh nusantara dengan sistem penjualan yang sangat lunak dalam rangka peningkatan perluasan pemasaran

2) Kerjasama dan Koordinasi.

Koordinasi adalah suatu penataan atau pengaturan <sup>5</sup>beragam elemen ke dalam pengoperasian yang terpadu dan harmonis. Motivasi utama dari koordinasi biasanya adalah menghindari kesenjangan dan tumpang tindih yang berkaitan dengan tugas atau kerja pihak terkait. UMKM biasanya berkoordinasi dengan harapan melakukan hasil yang efisien.

Sedangkan kerjasama lebih memusat terhadap praktek <sup>5</sup>antara dua pihak atau lebih UMKM guna mencapai tujuan bersama. Motivasi bekerjasama adalah memperoleh kemanfaatan bersama saling menguntungkan, dengan harapan menghemat biaya, waktu dan untuk mengatasi permasalahan dalam sistem yang kompleks dan lingkungan.

3) Kolaborasi

Motivasi utama dalam berkolaborasi <sup>5</sup>adalah memperoleh hasil kolektif yang tidak mungkin tercapai jika masing-masing <sup>5</sup>pihak bekerja secara sendiri-sendiri. Para pihak berkolaborasi biasanya dengan harapan mendapatkan hasil yang inovatif, terobosan istimewa serta prestasi kolektif yang memuaskan.

4) Aliansi Strategis

Aliansi strategis pada dasarnya merupakan kolaborasi strategis <sup>5</sup>antara dua atau multi pihak <sup>5</sup>dalam bidang-bidang spesifikasi yang dinilai strategis dalam bisnis. Aliansi strategis pada dasarnya merupakan kemitraan yang berkombinasi beragam upaya bersama dengan mitra aliansi bisnis. Ini bisa dapat dilakukan misalnya pembelian bahan baku pigura secara bersama ke pabrik agar mendapatkan harga yang lebih baik dengan cara membeli bersama. Tujuan utamanya adalah meminimumkan resiko dan meninggikan tingkat profitabilitas usaha.

c. Strategi Jaringan Usaha UMKM yang efektif

Dalam menghadapi persaingan dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan memenuhi permintaan konsumen yang semakin cepat, produk berkualitas tinggi, dan harga yang murah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM adalah melalui hubungan kerjasama dengan usaha besar. Supply chain pada dasarnya merupakan jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerja sama untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Membangun jaringan bisnis adalah hal yang sangat menyenangkan dimana sekelompok orang yang mempunyai visi dan misi



berkumpul dan saling membantu. Beberapa jaringan usaha UMKM yang efektif adalah sebagai berikut :

1) Jaringan usaha dengan Perusahaan besar UMKM.

Jaringan usaha mencakup lebih luas dari usaha tingkat kecil, namun untuk memasuki jaringan pada perusahaan yang lebih besar maka harus mampu menggapai tingkat keberhasilan yang ditetapkan lebih awal. Seperti membeli bahan pigura , foil kuning bahan kaligrafi jika sudah termasuk dalam jaringan maka akan mendapatkan bahan tersebut dengan lebih mudah dan harga yang lebih rendah.

2) Jaringan Bisnis Online

Bisnis atau usaha saat ini, lebih menekankan pada jaringan social sebagai media untuk menumbuhkan lingkaran hubungan bisnis UMKM sekaligus memperkenalkan melalui media online. Secara umum untuk membangun jaringan<sup>2</sup> UMKM membutuhkan jaringan yang memungkinkan para profesional dari bisnis yang saling mempercayai. Dengan alat jaringan menghubungkan para mitra bis<sup>2</sup> memungkinkan individu untuk mencari orang-orang tertentu dalam jaringan mereka. Bisnis berkembang secara global, jaringan sosial membuat lebih mudah untuk tetap berhubungan dengan kontak lain di seluruh dunia. Khusus lintas batas *e-commerce platform* dan jaringan usaha kemitraan sekarang membuat globalisasi diakses juga untuk UMKM.

3) Jaringan Bisnis *Face to face* <sup>2</sup>

Para pelaku bisnis UMKM yang ingin meningkatkan ketrampilan presentasi mereka dengan urgensi fisik hadir menghadiri acara – acara bisnis umum dan eksklusif. Banyak UMKM yang cenderung memilih jaringan tatap muka lebih dari jaringan berbasis online karena potensi yang mungkin untuk hubungan kausalitas yang lebih tinggi. Banyak juga UMKM yang lebih suka bertemu tatap muka karena orang lebih suka dan benar-benar mengetahui<sup>2</sup> dengan siapa mereka berniat untuk melakukan bisnis.

4) Jaringan Bisnis dalam domain Teknologi Informasi

Perusahaan dan organisasi, dan rantai terkait dan jaringan-jaringan bisnis memerlukan semacam dukungan Teknologi Informasi ( TI ) . Secara tradisional, hal ini disediakan oleh aplikasi perangkat lunak, paket perangkat lunak, ERP, dan atau alur kerja, yang sempat saat ini juga tersedia oleh berbagai jenis inovasi berbasis web. Sebuah bisnis yang menggunakan TI benar-benar memikirkan kembali pendekatan jaringan dan membangun kembali dukungan operasi dari awal, sekitar dua fitur bisnis kunci jaringan bisnis menggunakan TI adalah kontribusi informasi dan pertukaran informasi otomatis yang disediakan oleh jaringan TI.

5) Jaringan Bisnis melalui Sosial Media

Dalam bisnis, jejaring merupakan hal yang penting yang harus dijalin seluas-luasnya. Jejaring yang baik akan membantu UMKM dalam menjalankan bisnis. Dari jejaring bisnis tersebut, UMKM dapat belajar dari orang-orang yang kompeten di industri yang sedang digeluti untuk memperbesar usaha. Jejaring bukan hanya sekedar bertukar kontak maupun kartu nama. Lebih dari itu, membangun jejaring benar-benar di pandang sebagai ajang membangun koneksi yang saling menguntungkan. Pemanfaatan jejaring sosial antara lain dapat melalui : Grup Online , twitter, Line, Facebook, BBM, WA, bertukar kontak dan Kopi darat

<sup>1</sup> d. Strategi memasuki Pasar Ekspor

Berikut langkah strategis memasuki pasar ekspor yang telah dipersiapkan oleh pengrajin pigura kaligrafi

1) Komoditi yang akan diekspor

Pada dasarnya semua komoditi termasuk pigura kaligrafi bisa diekspor, karena produk ini bisa dipasok produsen dan mempunyai potensi untuk diekspor. Komoditi yang laku dipasar Internasional adalah komoditi yang mempunyai daya saing tinggi. Komoditi yang bermutu ( desain, tipe, spesifikasi teknis), kegunaannya (*function*), daya tahan (*durability*), harganya (*price*), waktu penyerahannya ( *shipment-date*), dan pelayanan purna jualnya ( *after sales service*) sesuai dengan selera dan daya beli pembeli di negara tujuan ekspor. Sebagai negara yang mayoritas berpenduduk muslim produk dari mitra pengabdian mempunyai daya saing yang tinggi karena mempunyai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Dengan demikian penentuan komoditi yang akan diekspor merupakan langkah yang penting diabil sebelum pelaksanaan ekspor.

2) Menganalisis kondisi negara tujuan ekspor

Sebelum melaksanakan ekspor ke negara yang akan dijadikan sasaran bagi ekspor pigura kaligrafi perlu diadakan penelitian awal tentang populasi suatu negara termasuk tentang agama, tradisi , kondisi politik ekonomi, sosial, iklim , peraturan ekspor impor, perpajakan, perbankan, keuangan, transportasi dan lain-lain. Tujuan melakukan penelitian awal ini agar dapat menentukan pasar potensial dan segmen pasar yang akan dimasuki.

3) Menetapkan Pasar Potensial dan Segmen Pasar

Setelah menganalisa kondisi negara tujuan ekspor maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar potensial dan segmen pasar yang akan dimasuki. Selain itu perlu diperhatikan kebiasaan yang ada dikalangan segmen pasar yang dipilih. Setelah ditentukan pasar potensial dan segmen pasar yang akan ditangani, langkah selanjutnya adalah menentukan saluran pemasaran ( *marketing channel* ) yang akan dipakai menyalurkan barang kepada konsumen. Dalam menentukan saluran pemasaran dapat dipilih cara seperti menunjuk sole imptir di negara tujuan, mendirikan confirming house atau menyerahkannya kepada *general importers* setempat ( *independent buyer*)

4) Strategi operasional bersama mitra usaha

Pasar internasional adlah pasar yang penuh dengan persaingan antar pengusaha dari mancanegara, yang memperdagangkan komoditi yang sama, di segmen yang sama, dinegara yang sama pula. Oleh karena itu strategi operasional akan diterapkan dinegara tujuan kspor, maka cara yang efektif adalah dengan mengikut sertakan mitra dagang ke negara tujuan itu, yang lebih banyak mengetahui kondisi persaingan setempat.

5) Sistem Promosi, Brosur dan *price list*.

Komoditi yang akan diekspor perlu diperkenalkan terlebih dahulu kepada calon pembeli dinegara tujuan supaya pembeli berminat pada komoditi kita, melalui proses promosi. Promosi dengan sendirinya memegang peranan yang sangat penting untuk calon eksportir. Langkah selanjutnya adalah memilih media promosi yang efektif dan efisien. Diantaranya ada pameran dagang internasional, brosur, iklan melalui media cetak, dan lain-lain.

Brosur dan price list merupakan penggambaran visualisasi dari komoditi pigura kaligrafi adalah dalam bentuk foto yang dilengkapi dengan spesifikasi produk dan harga. Tujuan membuat brosur ini supaya calon pembeli mendapatkan gambaran mengenai bentuk visual komoditi yang ditawarkan. Pengusaha juga perlu menyiapkan daftar harga agar pembeli dapat mempertimbangkan harga tersebut dibandingkan harga komoditi serupa dinegara lain. Daftar harga itu sebaiknya dibuat atas dasar FOB.

## F. KESIMPULAN

Strategi dan upaya dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar ekspor, dapat dilakukan melalui pengembangan jaringan usaha pada UMKM pigura kaligrafi, sebagai berikut :

1. Membangun Jaringan Usaha (*networking*), merupakan solusi pada permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pigura kaligrafi dalam menghadapi ekonomi globalisasi.
2. Meningkatkan kerjasama antara UMKM, perusahaan besar, dan aliansi untuk memperkuat jaringan dalam menghadapi persaingan global, termasuk memenuhi kuota barang (jumlah pesanan), meningkatkan mutu produk dan *quality control* yang lebih ketat. meningkatkan unggulan kompetitif dan melakukan inovasi.
3. Perlu adanya dukungan pemerintah pusat, pemerintah daerah, instansi terkait dan pengusaha agar dapat memenangkan persaingan pasar global.
4. Jaringan Bisnis dalam domain Teknologi Informasi akan mendukung UMKM dalam menjalankan bisnis UMKM dan akan berkembang lebih pesat karena memperluas jaringan.

## G. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini sangat berdampak positif dalam pengembangan usaha pengrajin pigura kaligrafi. UD Roza Jaya dan Endah pigura dijadikan sebagai pilot proyek bagi pengrajin pigura kaligrafi yang lainnya, sehingga secara umum ketrampilan penguasaan teknologi menjadi meningkat. Pada aspek pengelolaan manajemen mitra mampu mengelola manajemen dengan baik, administrasi pembukuan yang baik. Pada aspek pemasaran terciptanya jaringan pemasaran yang luas, baik pemasaran secara langsung atau pemasaran tidak langsung

Perkembangan perekonomian mitra meningkat dilihat dari omzet yang meningkat sehingga secara langsung meningkatkan pendapatan mitra pada khususnya dan berimbas pada kesejahteraan masyarakat sekitar yang meningkat. Hal ini akan memberikan kontribusi peningkatan perekonomian secara keseluruhan dengan jejaring yang berhubungan dengan usaha pigura kaligrafi.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- (1) Amir MS, 2003, Strategi Memasuki Pasar Ekspor. Jakarta: Penerbit PPM.
- (2) Bell, J. 1992. *Doing Your Reseach Project*. Philadelphia: Open University Project. methode Penelitian. Jakarta: UI Press.
- (3) Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. 1994. *Handbook of Qualitatif Research*. London: Sage Publication.
- (4) Fiati, R., Zuliyati, 2015. IbPE Kerajinan Pigura Kaligrafi di Kota Demak Provinsi Jawa Tengah, Laporan Pengabdian Masyarakat, Universitas Muria Kudus
- (5) Howkins, J. 2001. *The Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. London-England: Penguin Books Ltd. 80 Strand
- (6) Rahmawati, Soenarto, 2015, Pengembangan Kewirausahaan Usaha Kecil dan Menengah Batu Permata, Sebelas Maret University Press
- (7) Sutatmi, dkk, 2011, Program Pendidikan Wirausaha Berwawasan Gender Berbasis Jasa Boga di Pesantren Salaf, Jurnal Ekonomi Bisnis, Th 16 No 1 Maret 2011



- (8) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
- (9) Zuliyati, Lie Liana., 2012 Desain produk Pigura Suara bagi Kelompok Pengrajin Pigura , *Proceeding Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, ISBN : 978-979-3986-296
- (10) Suryana, 2013:Ekonomi kreatif , Ekonomi baru mengubah ide dan menciptakan peluang, Salemba Empat , Jakarta .10-11
- (11). [http://eprints.uny.ac.id/4131/2/Handout\\_Desain\\_Produk\\_Kerajinan.pdf](http://eprints.uny.ac.id/4131/2/Handout_Desain_Produk_Kerajinan.pdf)

## **I. PENGHARGAAN**

Ucapan TerimaKasih kepada pihak-pihak yang berperan dalam membantu kelancaran kegiatan dan atau keberhasilan kegiatan ini kepada :

1. Rektor Universitas Muria Kudus.
2. DP2M-RISTEK DIKTI atas disetujuinya program IbPE tahun 2016
3. Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah
4. Kepala Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muria Kudus
5. Dekan Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus
6. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
7. Pemilik dan karyawan UD Rosa Jaya Desa Tembiring Demak
8. Pemilik dan karyawan Endah Pigura Kudus



# STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA UMKM FIGURA KALIGRAFI MEMASUKI PASAR EKSPOR

## ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[eprints.uns.ac.id](http://eprints.uns.ac.id)

Internet Source

7%

2

[jus-pds.blogspot.com](http://jus-pds.blogspot.com)

Internet Source

5%

3

[www.jp.feb.unsoed.ac.id](http://www.jp.feb.unsoed.ac.id)

Internet Source

3%

4

[journal.uii.ac.id](http://journal.uii.ac.id)

Internet Source

3%

5

[tatang-taufik.blogspot.com](http://tatang-taufik.blogspot.com)

Internet Source

3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On